



**Marketing-Management: Konzepte - Instrumente -  
Unternehmensfallstudien (Pearson Studium -  
Economic BWL)**



**Download**



**Online Lesen**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL)

*Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik*

**Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL)** Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik

 [Download Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unt ...pdf](#)

 [Online lesen Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - U ...pdf](#)

**Downloaden und kostenlos lesen Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik**

---

976 Seiten

Kurzbeschreibung

**“Eines der besten Management Bücher aller Zeiten” (Financial Times)**

**Der Bestseller „Marketing-Management“ von Philip Kotler ist das weltweit erfolgreichste Standardwerk im Marketing und wird weithin als die „Bibel des Marketing“ bezeichnet. Wie die vorangegangenen Auflagen bleibt auch die 14. Auflage seinem anerkannten und durch ihn begründeten Ansatz treu, einen ganzheitlichen und integrierten Zugang zum Marketing darzustellen. Ganzheitliches Marketing umfasst hier die Entwicklung, Gestaltung und Implementierung von Marketingprogrammen, -prozessen und -handlungen, welche die gesamte Bandbreite und gegenseitigen Abhängigkeiten des heutigen Marketingumfelds berücksichtigen und somit als Konzept der marktorientierten Unternehmensführung verstanden werden können.**

---

In der vorliegenden 14. Auflage des Marketingklassikers wurden alle Kapitel grundlegend überarbeitet und um neue Entwicklungen, u.a. in den Bereichen Neuromarketing, Corporate Social Responsibility, Relationship Marketing und Social Media, erweitert. Der ganzheitliche Ansatz des Buchs umfasst dabei die aktuellen Marketinggrundlagen, Praxisbeispiele sowie anwendungsorientierte Unternehmensfallstudien.

Das Buch richtet sich an Studierende an Universitäten, Fachhochschulen und Berufsakademien sowie Trainer und Dozenten, welche zum Lehrbuch umfassendes, tief gehendes und aussagekräftiges Material für ihren Einsatz in der Vorlesung, Seminaren und Workshops erhalten. Unentbehrlich ist das Buch aber auch seit Jahrzehnten für Manager, Entscheidungsträger und Praktiker, welche einen verlässlichen Ratgeber für die tägliche Praxis im Unternehmen benötigen.

Jetzt neu mit 24-monatigem Zugang zur **E-Learning-Plattform MyLab | Marketing-Management** als ideale Begleitung zu Lehrveranstaltungen sowie zur Vorbereitung auf Klausuren.

**Studenten finden alle Kursinhalte** auf MyLab | Deutsche Version (<http://deutsch.mylab-pearson.com/>). Der Zugang erfolgt über den Access Code im Buch.

**Dozenten können sich für einen Lab-Zugang an Ihren Pearson Account Manager wenden.** Klicken Sie bitte auf folgenden Link, um den für Sie zuständigen Ansprechpartner zu finden: <https://www.pearson-studium.de/about-us/accountmanager>

---

AUS DEM INHALT:

TEIL I Marketing-Management verstehen  
TEIL II Marketingerkenntnisse gewinnen  
TEIL III Kunden erreichen und binden  
TEIL IV Starke Marken aufbauen  
TEIL V Marktangebote gestalten  
TEIL VI Nutzen bieten  
TEIL VII Nutzen kommunizieren  
TEIL VIII Erfolgreich nachhaltiges Wachstum

schaffen

---

PHILIP KOTLER ist der weltweit renommierteste Experte des modernen Marketings. Seine Bücher, allen voran Marketing-Management, gelten alle als Standards in der Lehre und Praxis. Er ist Professor für Internationales Marketing an der Kellogg School of Management, Northwestern University. Philip Kotler hat zahlreiche führende Unternehmen in den USA und weltweit in puncto Marketingstrategie beraten. Philip Kotler wurden von mehreren Hochschulen zahlreiche Ehrendokortitel verliehen.

KEVIN LANE KELLER ist als einer der führenden Akademiker im Fachbereich Marketing der letzten 25 Jahre anerkannt. Er hält die E.-B.-Osborn-Professur für Marketing an der Tuck School of Business des Dartmouth College. Professor Keller hat Diplome der Universitäten Cornell, Carnegie-Mellon und Duke erworben. Am Dartmouth College unterrichtet er MBA-Kurse zu den Themen Marketing-Management und Strategisches Markenmanagement und hält ebenso Vorlesungen zu diesen Themen in Führungskräfte-seminaren.

MARC OLIVER OPRESNIK ist Professor für BWL, insbesondere Marketing an der Luebeck University of Applied Sciences. Darüber hinaus ist er Mitglied des Direktoriums beim SGMI Management Institut St. Gallen und Gastprofessor an diversen internationalen Hochschulen. Er ist Chief Research Officer bei Kotler Impact Inc. und zählt mit seiner langjährigen internationalen Erfahrung als Trainer, Keynote-Speaker und Berater weltweit zu den renommiertesten Spezialisten für Marketing, Strategisches Management und Verhandlungsführung. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Philip Kotler prägt mit seine Büchern und Publikationen, die Gesamtauflagen in Millionenhöhe erreicht haben, die Disziplin Marketing entscheidend mit. Er gilt international als einer der führenden Marketing-Experten und lehrt an der Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University in Evanston, Illinois. Im Verlag Pearson-Studium sind seine weltweit erfolgreichen Lehrbücher "Grundlagen des Marketing" und "Marketing-Management" erschienen.

---

KEVIN LANE KELLER ist Professor für Marketing an der Tuck School of Business des Dartmouth Colleges. Er ist einer der international führenden Experten auf dem Gebiet der Markenpolitik und des strategischen Markenmanagements und ab der 12. Auflage Co-Autor bei Kotler's "Marketing-Mananagement".

---

KEVIN LANE KELLER ist Professor für Marketing an der Tuck School of Business des Dartmouth Colleges. Er ist einer der international führenden Experten auf dem Gebiet der Markenpolitik und des strategischen Markenmanagements und ab der 12. Auflage Co-Autor bei Kotler's "Marketing-Mananagement".

Download and Read Online Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik #LKCB4WREFYX

Lesen Sie Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik für online ebook Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik Bücher online zu lesen. Online Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik ebook PDF herunterladen Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik Doc Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik Mobipocket Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) von Philip Kotler, Prof. Dr. Kevin Lane Keller, Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik EPub